

Часть III

АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

УДК 81.42

О.А. Бормотова
Г.А. Шор
(УГЛТУ, Екатеринбург)

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТСКОГО ДИСКУРСА

Рассмотрены особенности использования туристского дискурса в деятельности предприятий туристской индустрии.

Ключевые слова: дискурс, туризм, индустрия туризма, организация туристской деятельности, коммуникация в туризме.

Современный мир характеризуется расширением внешних связей, актуализацией международного делового общения и интенсивным развитием профессиональной коммуникации на иностранном языке. Этому способствует динамичное развитие сферы туризма. Так, по данным Федерального агентства по туризму РФ, турпоток в нашу страну по итогам прошедшего сезона увеличился на 9 % по сравнению с прошлым годом. Это привело не только к расширению дискурса на иностранном языке в России, но и к введению в русские терминологические словари множества иностранных туристских терминов. В связи с этим актуальным представляется изучение терминов туризма, в частности в таких языках, как русский и английский.

В начале исследования определим понятие «туристский дискурс». В науке на сегодняшний день существует много научных исследований, посвященных определению, раскрытию этой дефиниции. Исследователь Н.А. Тюленева предлагает рассматривать туристский дискурс как «особый подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристских услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер» [1]. В то же время российские филологи Сакаева Л. Р. и Базарова Л. В. отмечают, что туристский дискурс обладает чертами разговорного стиля, который позволяет достигнуть более доверительной атмосферы и близкого тона общения, включает в себя межкультурную коммуникацию. Поэтому туристские тексты представляют определенную,

своеобразную среду, где культивируются и отражаются сформировавшиеся представления и образы, касающиеся национального характера разных народов [2].

Туристский дискурс, по мнению Н. В. Филатовой, характеризуется следующими параметрами: участники (продавец-туроператор – клиент, экскурсовод – экскурсант; составитель текста – получатель текста); место (офис, туристский автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство); цели (получение прибыли – получение экскурсионно-туристской услуги); ключевой концепт (путешествие); стратегии (стратегия позитива); материал (большой набор тем, среди которых страноведческая и историческая информация, временная организация тура, гостиничный бизнес, транспорт, обеспечение безопасности, питание и проч.); разновидности и жанры (в зависимости от канала передачи информации можно выделить устную и письменную разновидности туристского дискурса; письменная разновидность включает в себя печатные тексты и компьютерно-опосредованную коммуникацию, устная разновидность делится на непосредственную и опосредованную)[3].

Остановимся подробнее на таком параметре, как жанр, и рассмотрим его разновидности в туристском дискурсе. Русский философ, культуролог, исследователь языка М.М. Бахтин под «жанром» понимал устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками [4]. Он одним из первых ученых стал использовать это понятие не только по отношению к литературе, изобразительному искусству, но и к дискурсу. Знание его жанров является важным компонентом языковой компетенции человека.

На основании определения, данного М.А. Ульяновой, жанр туристского дискурса нами трактуется как устойчивая модель речевой деятельности в сфере туризма в зависимости от факторов коммуникативной ситуации [5]. Рассмотрим некоторые жанры туристского дискурса:

- экскурсия (включающая общение экскурсанта и экскурсовода);
- диалог с продавцом услуги (между представителем турфирмы и клиентом);
- диалог между туроператором и контрагентом (бронирование гостиниц, авиабилетов и т.п.);
- видеопутеводитель – обзорно-географический документальный фильм, аудиогид (устная разновидность опосредованного общения);
- путеводитель, туристский проспект, каталог, статья, брошюра, листовка (письменная разновидность в форме печатных текстов);
- виртуальная экскурсия, веб-страница туристского бюро, электронное письмо клиента в туристское бюро, электронная переписка служащих туристской сферы (компьютерно-опосредованная письменная разновидность).

Обращаясь к трудам современных исследователей, мы обнаружили, что существует несколько видов классификаций туристских терминов, заимствованных из английского языка в русский. Л.В. Виноградова в своей понятийной системе туристской терминологии на русском и английском языках структурирует термины, деля их на подгруппы, относящиеся к разным видам деятельности:

- организация туризма (принимающая сторона – host, тур «все включено» – all-inclusive tour, бронирование – booking, агентский договор – agency agreement, туристский каталог – travel catalogue);

- индустрия гостеприимства (апарт-отель – apart hotel, регистрация – check-in, обслуживание на этаже – floor service, поднос багажа – portage, побудка – wake up call; размещение без питания – accommodation only);

- транспорт (зал прибытия – arrival hall, аренда автомобиля – car rental, вагон-ресторан – dining car, внешняя каюта – outside cabin);

- организация путешествий (направление – destination, путевка – voucher, трансфер (переезд) – transfer, бронирование - booking).

Однако, как отмечает автор, несмотря на вышеперечисленные сходства понятийной организации туристских терминов изучаемых языков, обращает на себя внимание и тот факт, что лишь 63 % русских терминов имеют полные или частичные англоязычные эквиваленты, что означает не полное, а лишь частичное совпадение терминов в русском и английском языках. Важно отметить, что туристская терминосистема русского языка постоянно стремится заполнить имеющиеся лакуны путем прямых заимствований, когда из английского языка берутся и материальная форма (звуковая или графическая), и значение слова-прототипа (паркинг – parking, ресепшн – reception) [6].

Подытоживая, следует отметить, что сегодня на фоне расширения международных связей и увеличения туристских направлений для россиян особенно важно изучение английского языка как одного из самых распространенных в туристских дестинациях. В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что понятийная система терминологии туризма в английском и русском языках отражает соответствующую систему отрасли, которая в целом схожа в обоих языках. Этот факт, на наш взгляд, способствует успешному изучению английского языка в специальной туристской сфере.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2008. – 19 с.

2. Сакаева Л.Р., Базарова Л.В. Понятия «туризм» и «туристский дискурс» в современной научной парадигме // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. – № 6. – Ч. 1. – С. 159–161.

3.Плотникова С.Н. Языковое, дискурсивное и коммуникативное пространство // Вестник ИГЛУ. 2005. – №1. – С. 131–134.

4. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Литературно-критические статьи. – М.: Художественная литература, 1986. – С.428–472.

5. Ульянова М.А. Классификация жанров интернет-дискурса // Lingua mobilis. 2014. – №3 (49). – С. 102–110.

6. Виноградова Л.В. Термины туризма в русском и английском языках: понятийная система // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. 2010. – №1-2. – С.4–8.

УДК 378.1:17.022.1

А.А. Масленникова
С.Ф. Масленникова
(УГЛТУ, Екатеринбург)

ЦЕННОСТНОЕ ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА К ВЫСШЕМУ ОБРАЗОВАНИЮ

Раскрываются понятия «образование», «ценностное отношение», приводятся результаты изучения ценностного отношения студентов вуза к высшему образованию.

Ключевые слова: ценностное отношение, высшее образование.

Одной из общепризнанных мировым сообществом ценностей признается образование. Человек учится всю свою жизнь. Известный советский педагог, философ С.И. Гессен в первой половине XX века говорил, что «жизнь определяет образование и обратно; понять систему образования данного общества – значит понять строй его жизни» [1, с.25]. Современные ученые-исследователи, определяя цели и результаты образования, акцентируют внимание на единстве когнитивных, мотивационных и поведенческих компонентов в структуре личности выпускника вуза, свидетельствующих о его профессиональной компетентности. А именно формирование профессиональной компетентности будущих выпускников вуза сегодня является стратегической целью высшего профессионального образования.

Новое понимание высшего образования обуславливает обращение к компетентностному подходу. К настоящему времени этот подход признан наиболее продуктивным и в практике инженерного образования, которое имеет особое значение, определяемое ролью инженерных кадров в обеспечении развития и процветания общества.

Под «образованием» понимается единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а